

9. Werbung

9.1 Die Definition

Die Definition für das „professionelle Vermarkten“ hat sich im Laufe der Zeit stark gewandelt, wie folgende historische Entwicklung zeigt:

Einst hiess es **REKLAME**

Von Ausrufen. Dies war die Zeit, als das Vermarkten noch in den Kinderschuhen steckte, unbekümmert und eher marktschreierisch stattfand.

Dann hiess es **WERBUNG**

Von Umwerben. Als das „Umgarnen“ der Konsumenten immer professioneller und ausgereifter wurde.

Heute heisst es **KOMMUNIKATION**

Von Kommunizieren. Weil das Vermarkten, nebst dem Umwerben immer stärker auf das Zusammenspiel sämtlicher Sinnes-Kanäle und Kommunikations-Instrumente ausgerichtet ist.

Wir bleiben nachfolgend beim Begriff „Werbung“, da dieser immer noch der populärste ist. Werbung will nichts anderes als:

- Informieren
- Unterhalten
- Bestätigen

Werbung ist dem Wesen nach ein öffentliches und unpersönliches Kommunikationsinstrument. Mit Werbung soll die Zielgruppe über uns/unsere Marktleistung informiert werden und zum Kaufentscheid beeinflusst werden. Nach dem Kauf soll der Käufer positiv bestätigt werden in seiner ständigen Frage, ob er das Richtige getan hat.

Aufgabe der Werbung

Werbung ist Bestandteil des Marketing-Mix und soll den übergeordneten Marketing-/ und Unternehmenszielen zum Erfolg verhelfen.

Hauptsächliche Werbeziele sind also Informations-/ und Verhaltensänderungen beim Zielkunden als dem eigentlichen Werbeempfänger:

- Förderung der Bekanntheit eines Unternehmens
- Information über die Marktleistung dieses Unternehmens
- Imagebildung und Profilbildung
- Motivation zum Kauf und Förderung der Kaufbereitschaft
- Bestätigung nach dem getätigten Kauf
- Intensivierung der Kauffrequenz / Bestellhäufigkeit
- Ausgleichen von Absatzschwankungen

Zusammenfassend beeinflusst Werbung ➔ **Bekanntheit**
➔ **Einstellung**
➔ **Wissen**
➔ **Verhalten**

